

СУЩНОСТЬ И ДВИЖУЩИЕ СИЛЫ КОНКУРЕНЦИИ

Курёнов М. А.

Томский политехнический университет, г.Томск

В условиях стремления каждой фирмы к максимизации прибыли и, следовательно, к расширению масштабов хозяйственной деятельности фирмы выступают по отношению друг к другу как конкуренты

Конкуренция – представляет собой соперничества на рынке товаров, борьбы рыночных структур возможность продать товар на наиболее выгодных условиях и, получить желаемую прибыль.

Анализ вашей конкуренции - один из лучших способов определить угрозы для вашего бизнеса и выяснить, как их решать. Зная, кто ваша конкуренция, как ваши действия повлияют на вас, имеет решающее значение для вашего нижнего предела и будущего планирования.

Понимание конкурентных сил и их основополагающих причин показывает корни текущей прибыльности отрасли, обеспечивая в то же время основу для прогнозирования и влияния на конкуренцию (и прибыльность) с течением времени

Экономические условия отрасли меняются под действием особого рода сил, которые вызывают или сдерживают развитие того или иного изменения. Наиболее важные из этих сил называются движущие, так как они определяют природу происходящих изменений макросреды. К числу наиболее распространенных движущих сил относятся следующие: изменения многолетний темп развития отрасли. Резкое увеличение долговременного спроса, как правило, притягивает новые фирмы на определенный рынок товаров и услуг, и наоборот. Таким образом, изменения спроса в сторону роста или падения являются причиной для отраслевых изменений, потому что они воздействуют на следующие факторы: баланс между отраслевым предложением и покупательским спросом; структура рынка; интенсивность конкуренции.

Рыночная власть поставщиков. Эта сила анализирует, сколько власти имеет поставщик бизнеса и насколько он контролирует потенциал повышения своих цен.

Кроме того, он оценивает количество доступных поставщиков: чем меньше, тем больше мощности у них есть. Предприятия находятся в лучшем положении, когда есть множество поставщиков.

Эти изменения представляют собой причину изменения требований потребителей к сервису, создания других или модификации прежних каналов сбыта, расширения или сужения круга выпускаемой продукции, увеличения или уменьшения требуемого капитала, изменения маркетинговых тактик

Внедрение новых товаров. Обновление продукта может расширять рынок, стимулировать рост спроса, увеличивать степень дифференциации среди соперничающих продавцов. Когда рынок характеризуется быстрым

распространением нового или улучшенного товара, обновление продукта отрасли является ключевой движущей силой.

Изменения технологий. Частые и важные технологические новшества в методах производства могут сильно изменять единичные издержки производства, размер инвестиций, минимальный эффективный размер производств, вызывать склонность к вертикальной интеграции, увеличивать значение эффекта жизненного цикла товара.

Внедрение новых методов торговли. Если фирмы внедряют новые эффективные методы торговли, то их усилия вознаграждаются взрывом покупательского интереса, увеличением спроса на продукцию отрасли и т.д., что может существенным образом повлиять на условия конкуренции и позиции фирм-соперников.

Приход или уход крупных фирм. Приход крупного новичка может вылиться не только в игру с новыми ключевыми игроками, но и в игру по новым правилам. Уход крупной фирмы из данной отрасли также приводит к изменению отраслевой структуры за счет уменьшения ведущих компаний и раздела потребителей.

Распространение технологических ноу-хау. Если не существует сильной патентной защиты новых технологий, возможная быстрая диффузия собственных достижений фирм в области технологий становится важной движущей силой и конкуренции.

Основным этапом анализа является исследование процесса отраслевой конкуренции, основного источника оказываемого давления со стороны конкурентов на позицию фирмы. Без анализа фирма не в состоянии разработать конкурентоспособную стратегию.

Отметим, что на отрасль оказывают влияние многочисленные факторы, но немногие из них можно классифицировать как движущие силы в том смысле, что именно они определяют особенности развития данной отрасли. Только уяснив для себя, какие движущие силы вызовут самые значительные изменения в бизнесе организации в ближайшее время, специалисты смогут разработать стратегию, обеспечивающую адекватную реакцию на новые обстоятельства.

Список информационных источников

1. Рубин Ю.Б. О конструктивной теории конкуренции в предпринимательстве // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 5 (65). С. 114-129. moderncompetition.ru. Проверено 6 апреля 2018.
2. Майкл Портер. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. — Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.
3. Рубин Ю.Б., Потапова О.Н. Конкуренция в экономике. Как противостоять и противодействовать соперникам и нужно ли это делать? (рус.) // Современная конкуренция : журнал. — 2016. — Т. 10, № 6 (60). — С. 107-142